Roda Gila Politik-Ekonomi: Analisis Populisme YouTube Dedi Mulyadi dan Terbentuknya 'Gubernur Konten'

Ringkasan Eksekutif

Laporan ini menyajikan analisis multidisiplin terhadap fenomena "Kang Dedi Mulyadi Channel," sebuah kanal YouTube yang telah melambungkan politisi Indonesia Dedi Mulyadi ke panggung nasional. Analisis ini berargumen bahwa kanal tersebut bukan sekadar alat komunikasi politik, melainkan sebuah **roda gila politik-ekonomi (political-economic flywheel)** yang canggih dan mampu memperkuat dirinya sendiri. Model ini secara mahir mengubah perhatian digital—yang dihasilkan melalui perpaduan pertunjukan dramaturgis, populisme digital, dan kultivasi hubungan parasosial—menjadi modal ekonomi yang substansial. Pendapatan ini kemudian diinvestasikan kembali ke dalam kegiatan filantropi di lapangan, yang didokumentasikan secara cermat untuk menciptakan konten baru yang beresonansi secara emosional. Siklus ini secara simultan mendorong pertumbuhan kanal, membiayai mesin politik yang independen dari dana negara atau partai, dan memperkokoh citra Dedi Mulyadi sebagai pembela rakyat. Laporan ini mendekonstruksi strategi komunikasi, arsitektur ekonomi, dan implikasi politik yang mendalam dari model ini, dengan kesimpulan bahwa fenomena ini merepresentasikan sebuah cetak biru baru yang kuat dan polarisasi untuk meraih kekuasaan politik di era digital.

Implikasi: Cetak Biru Baru untuk Politik?

Model Dedi Mulyadi menunjukkan jalan menuju kekuasaan yang melewati institusi tradisional. Ini menimbulkan pertanyaan penting:
Apakah ini masa depan demokrasi, di mana popularitas konten viral setara dengan kebijakan yang sehat?

Bagian I: Dramaturgi Populisme Digital - Dekonstruksi Strategi Komunikasi

Bagian ini mendekonstruksi arsitektur komunikasi yang rumit dari Kang Dedi Mulyadi Channel. Analisis ini bergerak melampaui analisis konten sederhana untuk mengungkap landasan teoretis di balik kesuksesannya, dengan argumen bahwa hubungan KDM dengan audiensnya dibangun di atas tiga pilar: pertunjukan dramaturgis, retorika populis, dan kultivasi ikatan parasosial yang intens.

1.1 'Panggung Depan' Digital: Merancang Persona Juara Rakyat

Subbagian ini menerapkan teori dramaturgi Erving Goffman [1] untuk menganalisis bagaimana Dedi Mulyadi membangun dan menampilkan identitas politiknya di "panggung depan" kanal YouTube-nya. Kanal ini adalah sebuah produksi teatrikal yang dikelola dengan cermat, di mana setiap elemen dirancang untuk menumbuhkan kesan spesifik: seorang pemimpin yang otentik, tegas, dan berbelas kasih.

- **Pertunjukan Otentisitas:**
  Pertunjukan KDM berakar pada persona "Bapak Aing" ("Bapak Saya" dalam bahasa Sunda), sebuah slogan yang ditampilkan di kanalnya.[4] Peran ini menggabungkan kepedulian paternalistik dengan otoritas yang tegas, terkadang keras. "Tampilan personal" (istilah Goffman untuk perangkat ekspresif) yang ia gunakan mencakup penggunaan bahasa Sunda secara konsisten dan pakaian informal, yang sangat kontras dengan citra politisi tradisional yang formal dan berjarak. Pertunjukan ini dirancang untuk mengurangi jarak yang dirasakan antara seorang pemimpin dan rakyatnya.[6]

- **Latar sebagai Pernyataan Politik:**
  "Latar" pertunjukannya jarang sekali berupa kantor pemerintahan. Sebaliknya, latarnya adalah "dunia nyata" para konstituennya: rumah-rumah miskin, sungai-sungai yang tersumbat, infrastruktur yang rusak, dan pasar-pasar lokal.[4] Pilihan latar ini memperkuat citranya sebagai pemimpin yang turun tangan langsung, yang "Ngurus

Lembur Nata Kota" [4], secara langsung mengontraskan dirinya dengan birokrat yang ia gambarkan terjebak dalam sistem prosedural dan tidak efektif.[6]

- **Manajemen Kesan:**
  Tindakan KDM adalah bentuk "manajemen kesan" (impression management).[10] Tampilan kemarahannya yang sering ("ngamuk") [4] bukanlah ledakan emosi acak, melainkan pertunjukan kemarahan yang benar (righteous indignation) yang diperhitungkan atas nama kaum terpinggirkan. Hal ini sejalan dengan teori Goffman bahwa individu memainkan peran untuk mengelola kesan orang lain terhadap mereka.[11] Penelitian mengonfirmasi bahwa ia menggunakan strategi *exemplification* (menampilkan diri sebagai unggul secara moral) dan *self-promotion* (menonjolkan kompetensinya) untuk membangun citranya.[8]

Sebuah pemahaman yang lebih dalam mengungkapkan bahwa "ngamuk" atau kemarahan yang ditampilkan oleh KDM bukanlah sekadar reaksi emosional, melainkan sebuah perangkat dramaturgis yang strategis. Pengamatan terhadap judul-judul videonya menunjukkan bahwa kemarahan adalah sebuah tema yang berulang dan menjadi bagian dari citranya: "KANG DEDI NGAMUK KAYA HARIMAU" [4], "LIHAT JEMBATAN MAMPET DI SUKABUMI KDM NGAMUK".[12] Ini bukan kejadian sporadis, melainkan pertunjukan yang terukur. Dalam kerangka dramaturgi Goffman, fokusnya adalah pada *bagaimana* orang melakukan pertunjukan, bukan hanya *apa* yang mereka lakukan.[11] Pertunjukan kemarahan adalah alat yang ampuh untuk manajemen kesan; ia menyampaikan gairah, komitmen, dan penolakan terhadap ketidakadilan. Kemarahan ini selalu diarahkan pada target spesifik yang merepresentasikan "kaum elit" atau "kegagalan sistem"—pejabat yang tidak efektif [8], pencemar lingkungan [12], atau birokrat yang acuh tak acuh. Hal ini menciptakan narasi pahlawan-versus-penjahat yang jelas. Dengan demikian, kemarahan tersebut bukanlah kehilangan kendali, melainkan sebuah demonstrasi kendali. Ini adalah pertunjukan terkontrol yang melayani tujuan politik: menghasilkan keterlibatan emosional yang tinggi dari audiens, menciptakan konten viral, dan memperkuat kredibilitas populisnya sebagai seseorang yang "merasakan" penderitaan rakyat dan bersedia berjuang untuk mereka.

1.2 Pola Naratif dan Analisis Konten: Sang Penyelamat, Konfrontasi, dan Filantropis

Konten kanal ini tidak acak, melainkan mengikuti formula naratif yang dapat diprediksi dan

sangat efektif. Analisis judul dan tema video mengungkapkan strategi yang konsisten dalam membingkai KDM dalam arketipe kepahlawanan tertentu.

- **Konsistensi Tematik:**
  Penelitian mengidentifikasi tema-tema yang berulang dalam kontennya: isu anak-anak dan keluarga, lingkungan, dan profesionalisme.[8] Slogannya, "Dedikasi Membahagiakan Orang Miskin," adalah prinsip pengorganisasian utama dari citranya.[8]

- **Naratif Penyelamat/Pemecah Masalah:**
  Tema dominan adalah KDM yang turun tangan untuk memberikan solusi langsung dan nyata terhadap masalah yang sudah lama ada. Contohnya termasuk judul seperti "LIMA TAHUN JEMBATAN DI TASIK TAK BERFUNGSI... | INI SOLUSI KDM" [7] dan "MOTOR MOGOK TAK ADA UANG | KDM DISINDIR JALAN BUTUT | INI SOLUSINYA".[14] Narasi ini memposisikannya sebagai individu yang sangat kompeten yang dapat memotong birokrasi dan memberikan hasil di mana sistem telah gagal. Pendekatan ini sering dikritik sebagai "episodik" dan tidak sistemik [15], tetapi sangat efektif sebagai perangkat naratif untuk konten video.

- **Naratif Konfrontasi/Kemarahan yang Benar:**
  Video-video ini menggambarkan KDM mengkonfrontasi apa yang dianggap sebagai ketidakmampuan atau ketidakadilan, seringkali dengan kemarahan teatrikal. Contohnya adalah "KANG DEDI NGAMUK KAYA HARIMAU KEHILANGAN ANAKNYA | SAAT BERTEMU DGN PETUGAS" [4] dan "LIHAT JEMBATAN MAMPET DI SUKABUMI KDM NGAMUK".[12] Narasi ini menyentuh frustrasi publik terhadap birokrasi dan korupsi, membingkai KDM sebagai pembicara kebenaran yang tak kenal takut.

- **Naratif Filantropis/Belas Kasih:**
  Video-video ini berfokus pada tindakan amal langsung, seringkali menampilkan kisah-kisah kesulitan yang emosional. Contohnya adalah "PERNAH JADI ART DAN KERJA DI PABRIK | INI RENCANA MEREKA SETELAH TERIMA BANTUAN 100JT" [4] dan "TANGIS HARU DEDI MULYADI...KETIKA BERTEMU ADNAN BOCAH VIRAL YATIM PIATU".[17] Narasi-narasi ini dirancang untuk membangkitkan emosi yang kuat (kasihan, empati, rasa syukur) dan membangun citra KDM sebagai figur ayah yang baik hati dan peduli ("Bapak Aing").

1.3 Pedoman Populis di YouTube

Kanal KDM adalah contoh klasik dari **populisme digital**.[18] Ia memanfaatkan kemampuan media sosial untuk membangun hubungan langsung dan tanpa perantara dengan pengikut massal, memposisikan dirinya sebagai suara "rakyat murni" melawan "elit korup."

- **Komunikasi Langsung dan Tanpa Perantara:**
  YouTube memungkinkan KDM untuk melewati penjaga gerbang media tradisional (jurnalis, editor) dan berbicara langsung kepada audiensnya.[6] Ia mengendalikan seluruh proses produksi, dari pembingkaian naratif hingga penyuntingan akhir, memastikan pesannya tidak tersaring.[8] Ini menciptakan ilusi keintiman dan otentisitas.

- **Retorika Anti-Elit dan Anti-Pemerintah:**
  Ciri inti dari populisme adalah pembagian Manichean antara "rakyat" dan "elit".[22] Konten KDM secara konsisten memberlakukan pembagian ini. "Elit" bisa jadi politisi lain [24], birokrat yang tidak kompeten [9], atau bahkan intelektual kritis.[25] Para pendukungnya, pada gilirannya, mengadopsi retorika ini, menyerang "penyinyir" dan membela KDM.[26]

- **Rakyat sebagai Kedaulatan Tertinggi:**
  Populisme KDM menampilkan "rakyat" sebagai sumber legitimasi tertinggi. Tindakannya selalu dibingkai sebagai pelayanan bagi mereka. Ini adalah gaya diskursif yang menggambarkannya sebagai pembela rakyat yang tegas dan pejuang melawan elit.[22] Kebijakannya yang seringkali kontroversial dibenarkan sebagai ekspresi kehendak rakyat, bahkan ketika menuai kritik dari para ahli atau lembaga seperti KPAI (Komisi Perlindungan Anak Indonesia).[27]

1.4 Menjalin Ikatan: Interaksi Parasosial dan Kerja Afektif

Loyalitas mendalam para pengikut KDM tidak dapat dijelaskan hanya dengan kesepakatan politik. Hal ini berakar pada hubungan emosional yang kuat yang ditumbuhkan melalui mekanisme **hubungan parasosial (parasocial relationships - PSR)**.

- **Dari Interaksi ke Hubungan:**
  Interaksi parasosial (PSI) adalah interaksi satu arah yang didorong oleh media, seperti penonton yang bereaksi terhadap pembawa acara TV.[29] Ketika interaksi ini diulang dan berkelanjutan, mereka berkembang menjadi hubungan parasosial (PSR), sebuah ikatan emosional satu arah yang kuat di mana penonton merasa mengenal figur media tersebut secara intim.[29]

- **YouTube sebagai Inkubator PSR:**
  Media sosial adalah fasilitator PSR yang kuat karena menawarkan aliran konten berkelanjutan yang terasa personal dan intim.[32] Kanal KDM unggul dalam hal ini dengan:

  - **Pengungkapan Diri yang Tinggi:**
    Berbagi kegiatan sehari-hari, pemikiran, dan reaksi emosionalnya menciptakan perasaan mengenalnya secara pribadi.[13]

  - **Bahasa Interpersonal:**
    Ia menggunakan bahasa informal dan langsung yang meniru komunikasi antarpribadi.[6]

  - **Pelekatan Emosional:**
    Konten yang sarat emosi—kisah penderitaan, tindakan kebaikan, pertunjukan kemarahan—dirancang untuk menciptakan "pelekatan emosional" yang kuat [32], yang merupakan "bahan bakar" untuk PSR.

- **Kerja Afektif dan Pasukan Penggemar:**
  Investasi emosional audiens adalah bentuk **kerja afektif (affective labor)**. Mereka tidak hanya mengonsumsi konten; mereka berpartisipasi aktif dengan menyukai, membagikan, dan yang terpenting, membela KDM di kolom komentar. Pasukan digital ini bergegas untuk "merujak" para kritikus [26], memperkuat dinamika kelompok dalam/kelompok luar dan menunjukkan kekuatan ikatan parasosial. Respons emosional penonton menjadi bagian dari nilai kanal tersebut.

Strategi Dedi Mulyadi melampaui sekadar penanaman hubungan parasosial sederhana. Ia secara aktif mempersenjatai ikatan ini, mengubah audiensnya dari penonton pasif menjadi milisi digital yang termobilisasi yang mengawasi wacana, menyerang kritikus, dan melindungi citra politiknya dari pengawasan. Pengamatan menunjukkan bahwa para kritikus, baik itu

politisi lain seperti Ono Surono [26], selebriti seperti Denny Cagur [36], atau bahkan media seperti Tempo [37], secara sistematis "diserbu" dan "dirujak" oleh para pendukungnya. Secara teoretis, hubungan parasosial menciptakan rasa loyalitas dan keterikatan emosional yang kuat.[29] Serangan yang dirasakan terhadap figur media dapat terasa seperti serangan pribadi bagi seorang penggemar dengan PSR yang kuat, memicu respons defensif. KDM jarang harus membela dirinya secara langsung; para pengikutnya yang melakukannya untuknya, dan seringkali dengan sangat keras. Ini memiliki beberapa fungsi: mengintimidasi kritikus potensial, menciptakan ruang gema di mana sentimen positif diperkuat, dan menunjukkan dukungan populernya secara sangat terlihat. Dengan demikian, kerja afektif audiens diubah menjadi mekanisme pertahanan politik. Energi emosional yang diinvestasikan oleh para penggemar diubah menjadi perisai pelindung. Ini adalah efek tingkat ketiga: bukan hanya tentang membangun citra (tingkat pertama) atau mesin ekonomi (tingkat kedua), tetapi tentang menciptakan wilayah digital yang diawasi sendiri dan ditegakkan secara ideologis yang sangat tahan terhadap kritik eksternal.

Bagian II: Roda Gila Politik-Ekonomi - Monetisasi, Filantropi, dan Kekuasaan

Bagian ini membedah mesin ekonomi yang menggerakkan mesin politik Dedi Mulyadi. Kami berpendapat bahwa kanal YouTube-nya beroperasi sebagai **roda gila politik-ekonomi** yang sangat efisien, sebuah konsep sentral dalam laporan ini. Ini menunjukkan pemahaman yang canggih tentang ekonomi perhatian digital, di mana keterlibatan afektif dimonetisasi dan kemudian diinvestasikan kembali dengan cara yang menghasilkan keuntungan politik dan ekonomi lebih lanjut.

2.1 Ekonomi Perhatian dalam Praktik: Memonetisasi Afek dan Kemarahan

Model bisnis kanal ini adalah aplikasi langsung dari prinsip-prinsip **ekonomi perhatian** dan **ekonomi afektif**. Dalam model ini, perhatian adalah sumber daya yang langka, dan konten yang menghasilkan respons emosional yang kuat (afek) adalah cara paling efektif untuk menangkapnya.[38]

- **Mengukur Kekuatan Ekonomi:**
  Metrik kanal ini sangat mencengangkan. Pada pertengahan 2025, kanal ini memiliki lebih dari 7,8 juta pelanggan dan total 2,3 miliar penayangan.[40] Social Blade memperkirakan pendapatan bulanannya bisa mencapai $553.000, dengan potensi tahunan melebihi $3,1 juta.[40] Laporan berita menguatkan angka-angka besar ini, dengan beberapa perkiraan pendapatan harian mencapai Rp342 juta (sekitar $22.000).[41]

- **Afek sebagai Komoditas:**
  Kontennya direkayasa untuk "intensitas afektif".[38] Narasi konflik, kontroversi, belas kasihan, dan penyelamatan bukan hanya pesan politik; mereka adalah produk yang dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan. Kerja emosional audiens—klik, pembagian, komentar, dan waktu yang dihabiskan untuk menonton—adalah bahan mentah yang dimonetisasi melalui sistem periklanan YouTube.[44] Semakin intens emosinya, semakin

tinggi keterlibatannya, dan semakin besar pendapatannya.

- **Tim Produksi:**
  Ini bukan operasi satu orang. KDM mempekerjakan tim produksi profesional, termasuk tujuh videografer yang bekerja secara bergiliran, untuk memastikan aliran konten berkualitas tinggi yang konstan.[21] Jay Abramena diidentifikasi sebagai tokoh kunci dalam membentuk citra kanal.[21] Meskipun KDM mempertahankan kontrol kreatif, menulis judul-judul siap viralnya sendiri [21], keberadaan tim yang berdedikasi menggarisbawahi status kanal sebagai perusahaan media profesional.[46]

Tabel 1:
Metrik Kunci dan Estimasi Pendapatan Kang Dedi Mulyadi Channel (Juni 2025)

Tabel berikut menyajikan data kuantitatif yang menggarisbawahi skala operasi ekonomi di balik kanal YouTube Dedi Mulyadi. Data ini memberikan fondasi empiris untuk tesis "roda gila politik-ekonomi" dengan menunjukkan kekuatan finansial yang luar biasa dari kanal tersebut, yang membuat analisis selanjutnya tentang "lingkaran filantropi" menjadi kredibel dan meyakinkan.

Metrik	**Nilai**	**Sumber**
Pelanggan	7,86 Juta	40
Total Video	4.370	40
Total Penayangan	~2,3 Miliar	40
Peringkat Kanal (Indonesia)	127	40

Estimasi Pendapatan Bulanan	$35.000 - $553.000	40
Estimasi Pendapatan Tahunan	$191.000 - $3,1 Juta	40
Laporan Pendapatan Harian	Hingga Rp 342 Juta (~$22.000)	41

2.2 Lingkaran Filantropi: Mengubah Modal Ekonomi menjadi Modal Politik

Inilah inti dari model roda gila. Pendapatan substansial yang dihasilkan oleh kanal ini bukan hanya keuntungan pribadi; ini adalah bahan bakar untuk siklus berkelanjutan penciptaan konten dan pencitraan politik.

- **Siklus:** Prosesnya adalah sebuah lingkaran tertutup:

  1. **Penciptaan Konten:**
     KDM membuat video-video yang sarat emosi tentang dirinya yang melakukan tindakan filantropi—memberikan uang kepada orang miskin, membangun rumah, menyelesaikan masalah lokal.[4]

  2. **Monetisasi:**
     Konten ini menghasilkan penayangan dan keterlibatan massal, yang pada gilirannya menghasilkan pendapatan iklan yang signifikan.[40]

  3. **Investasi Ulang:**
     KDM secara eksplisit menyatakan bahwa pendapatan YouTube ini digunakan untuk mendanai kegiatan filantropi dan program bantuan sosialnya.[47] Ia menekankan bahwa ia tidak menggunakan anggaran pemerintah atau konsultan

untuk ini.[41]

4. **Konten Baru:**
   Tindakan memberikan bantuan menjadi bahan mentah untuk gelombang konten video berikutnya, memulai kembali siklus tersebut.

- **Filantropi sebagai Biaya Produksi:**
  Dari perspektif ini, uang yang diberikan dalam video-videonya bukan hanya amal. Ini adalah **biaya produksi** untuk bisnis medianya dan **biaya pemasaran** untuk citra politiknya. Ini adalah wawasan krusial yang membingkai ulang seluruh operasinya.

- **Isolasi Strategis:**
  Model ini memberikan isolasi strategis yang kuat. Ketika dituduh menggunakan jabatannya untuk keuntungan pribadi atau menggunakan dana negara untuk kampanye, ia dapat menunjuk ke kanal YouTube-nya sebagai sumber pendanaan yang independen dan mandiri.[48] Narasi kemandirian finansial ini memperkuat kredibilitas anti-pemerintahannya. Ia membingkai pendapatan tersebut sebagai berkah yang berasal dari doa-doa orang miskin yang ia bantu, menciptakan justifikasi yang bajik, bahkan spiritual, untuk kekayaan dan pengaruhnya.[47]

Bagian III: Implikasi Politik dan Masa Depan 'Politisi YouTuber'

Bagian akhir ini mengevaluasi hasil politik nyata dari strategi YouTube Dedi Mulyadi. Ini menilai konversi popularitas digital menjadi kekuatan elektoral, menganalisis wacana publik dan elit yang sangat terpolarisasi seputar metodenya, dan mempertimbangkan implikasi yang lebih luas dari modelnya untuk masa depan politik Indonesia.

3.1 Dari Konten ke Suara: Kemanjuran Pencitraan Digital

Ukuran utama keberhasilan strategi politik adalah kemampuannya untuk mengamankan kekuasaan. Dengan metrik ini, pendekatan yang berpusat pada YouTube oleh KDM telah sangat efektif.

- **Keberhasilan Elektoral:**
  Setelah kalah dalam pemilihan gubernur Jawa Barat 2018 dari Ridwan Kamil yang lebih mahir di media sosial, KDM belajar dari kesalahannya dan berinvestasi besar-besaran dalam kehadiran digitalnya.[15] Investasi ini membuahkan hasil, berkontribusi pada kesuksesannya dalam pemilihan berikutnya dan menjadikannya sebagai kekuatan politik utama.[13] Kehadiran YouTube-nya dipandang sebagai "kendaraan politik virtual" yang secara langsung memengaruhi suara di masa depan.[50]

- **Membangun Modal Politik:**
  Kanal ini adalah alat yang ampuh untuk membangun *personal branding* dan *kepercayaan*.[6] Ia telah berhasil membangun citra ("imagologi") sebagai pemimpin yang transparan, bertanggung jawab, dan pro-rakyat.[8] Bagi banyak pemirsa, Dedi Mulyadi di YouTube
  adalah Dedi Mulyadi yang sebenarnya, sebuah bukti keberhasilan konstruksi citranya.[8]

- **Mengungguli Kompetisi:**

Di ranah digital, popularitas KDM jauh melampaui para pemimpin daerah lainnya. Data Google Trends menunjukkan minat pencarian terhadap namanya jauh mengungguli gubernur lain, menunjukkan dominasinya dalam kesadaran publik.[51]

3.2 Dilema "Gubernur Konten": Sentimen Publik dan Kritik Elit

Kebangkitan KDM telah menciptakan wacana yang sangat terpolarisasi. Ia secara bersamaan menjadi salah satu politisi yang paling dicintai dan paling dikritik di Indonesia. Label "Gubernur Konten" merangkum dualitas ini, digunakan sebagai istilah sayang oleh beberapa pihak dan kritik tajam oleh pihak lain.[15]

- **Pujaan dari Massa:**
  Pendukungnya sangat banyak dan gigih. Mereka melihatnya sebagai pahlawan, pemecah masalah, dan satu-satunya yang benar-benar peduli.[26] Analisis sentimen komentar pendukungnya tidak diragukan lagi akan menunjukkan bahasa yang sangat positif dan sarat emosi.[26]

- **Kritik dari Elit dan Aktivis:**
  Kritik tersebut beragam dan datang dari berbagai sektor:
  - **Intelektual (misalnya, Rocky Gerung):**
    Menuduhnya "dangkal", memprioritaskan "penampilan" visual daripada "visi" yang substantif.[25]
  - **Analis Politik (misalnya, Kunto Adi Wibowo, Musfi Romdoni):**
    Berpendapat solusinya "episodik" dan tidak sistemik, hanya mengobati gejala untuk kamera.[15] Mereka memperingatkan citranya tidak berkelanjutan dan berisiko merosot menjadi sekadar "selebgram" atau "artis".[15]
  - **Media (misalnya, Tempo):**
    Telah menerbitkan laporan kritis tentang metode populisnya, melabelinya berbahaya dan dangkal.[54]

- **LSM dan Komisi (misalnya, JPPI, KPAI, Imparsial):**
  Mengkritik kebijakan spesifik, seperti program barak militer untuk remaja bermasalah, sebagai pelanggaran hak anak, bersifat pertunjukan, dan tidak mengatasi akar penyebab.[27]

- **Rival Politik:**
  Politisi lain mengkritik kebijakannya sebagai tidak pantas atau hanya pertunjukan, meskipun mereka sering menghadapi serangan balik dari pendukung digital KDM.[24]

Tabel 2:
Analisis Sentimen dan Wacana tentang Kebijakan "Barak Militer"

Kebijakan "Barak Militer" berfungsi sebagai studi kasus yang sempurna untuk menunjukkan bagaimana sebuah kebijakan populis, yang diperkuat oleh kanal YouTube KDM, dapat membelah opini publik secara tajam. Tabel berikut memetakan argumen, pendukung, dan penentang dari kedua sisi perdebatan, memberikan gambaran mikro dari fenomena Dedi Mulyadi secara keseluruhan dan membuat konsep abstrak "polarisasi" menjadi nyata.

Elemen Wacana	Argumen Pro-Kebijakan & Pendukung	Argumen Kontra-Kebijakan & Penentang
Justifikasi Inti	Menanamkan disiplin, memberikan solusi "tegas" untuk kenakalan remaja, lebih baik daripada membiarkan mereka menjadi kriminal.	Melanggar hak anak, pendekatan militeristik tidak mendidik, potensi kekerasan fisik/psikologis, tidak mengatasi akar masalah (keluarga, lingkungan).
Pendukung Utama	Dedi Mulyadi sendiri, sebagian besar masyarakat (dukungan	JPPI (Jaringan Pemantau Pendidikan Indonesia), KPAI, Imparsial, ISESS

	92% dalam satu survei), orang tua dari remaja bermasalah, akun-akun berhaluan nasionalis/militer.	(Studi Keamanan), aktivis HAM, politisi lain (Pramono Anung, Denny Cagur), demografi muda.
Bukti Pendukung	[58] (dukungan survei 92%)[26] (keluarga meminta anaknya dimasukkan)[59] (argumen pro)[36] (netizen menyerang kritikus).	[56] (JPPI: "demi konten")[57] (ISESS: "berisiko secara psikologis")[28] (KPAI: "bukan solusi")[36] (kritik Denny Cagur).
Tren Demografis/Geografis	Cenderung lebih kuat di kalangan demografi yang lebih tua (>40 tahun) dan di daerah pedesaan. Fokus pada ketertiban dan disiplin sosial.	Cenderung lebih kuat di kalangan demografi yang lebih muda (<25 tahun), populasi perkotaan, dan mereka yang memiliki paparan lebih tinggi terhadap wacana HAM.
Bukti Pendukung	[59] (analisis demografis/geografis).	[59] (analisis demografis/geografis).

3.3 Cetak Biru Baru untuk Politik Indonesia?

Laporan ini diakhiri dengan mempertimbangkan kelangsungan dan keterulangan model Dedi Mulyadi dalam jangka panjang.

- **Model yang Dapat Ditiru?:**
  Model ini tampak sangat efektif tetapi juga sulit untuk ditiru. Ini membutuhkan kombinasi unik dari karisma, etos kerja yang tak kenal lelah, tim media profesional, dan kemauan untuk terlibat dalam pertunjukan publik yang konstan dan berisiko tinggi.[15]

Meskipun politisi lain menggunakan YouTube [60], tidak ada yang mengintegrasikan lingkaran ekonomi dan filantropi secara mulus seperti KDM.

- **Keberlanjutan dan Risiko:**
  Para analis memperingatkan adanya risiko yang signifikan, terutama **kelelahan audiens**.[15] Sebuah citra yang dibangun di atas kemarahan dan emosi tinggi yang konstan mungkin sulit untuk dipertahankan. Ada risiko bahwa publik akan menjadi tidak peka atau bahwa "keaslian" akan mulai terasa seperti sandiwara. Label "Gubernur Konten", meskipun saat ini ambigu, dapat mengeras menjadi persepsi yang murni negatif, mencapnya sebagai seorang penampil daripada seorang gubernur yang serius.[15]

- **Dampak terhadap Demokrasi:**
  Keberhasilan model ini menimbulkan pertanyaan mendalam. Ini menunjukkan jalan menuju kekuasaan yang sebagian besar melewati lembaga-lembaga demokrasi tradisional seperti partai politik dan pers arus utama. Meskipun ini dapat dilihat sebagai bentuk demokrasi langsung, ini juga berisiko menciptakan kultus kepribadian yang kebal terhadap kritik faktual dan pengawasan institusional. Ini mempromosikan gaya pemerintahan yang lebih menyukai intervensi episodik yang menarik secara visual daripada pembuatan kebijakan yang lambat, kompleks, dan sistemik.

Kesimpulan

Kesimpulan akhir dari analisis ini mensintesis ketiga bagian, menegaskan kembali tesis sentral tentang roda gila politik-ekonomi. Dedi Mulyadi tidak hanya beradaptasi dengan era digital, tetapi telah menguasai ekonomi politiknya. Ia telah menciptakan jenis mesin politik baru—yang populis dalam retorikanya, dramaturgis dalam pertunjukannya, parasosial dalam hubungannya dengan basisnya, dan kapitalis dalam pendanaannya. Laporan ini menyimpulkan dengan merenungkan apakah model ini merupakan sebuah anomali atau pertanda era baru dalam politik Indonesia, di mana kemampuan untuk memproduksi konten viral menjadi sama pentingnya dengan kemampuan untuk menghasilkan kebijakan yang sehat.

Works cited

1. Dramaturgi dalam Komunikasi Politik Walikota ... - UI Scholars Hub, accessed June 18, 2025, https://scholarhub.ui.ac.id/context/jkmi/article/1063/viewcontent/Dramaturgi_dalam_Komunikasi_Politik_Walikota_Solo_Joko_Widodo.pdf

2. DRAMATURGI: PENCITRAAN PRABOWO SUBIANTO DI MEDIA SOSIAL TWITTER MENJELANG PEMILIHAN PRESIDEN 2014 Ainal Fitri, accessed June 18, 2025, https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/download/9740/7808

3. dramaturgi dalam sosial media: penggunaan second account di instagram pada kalangan mahasiswa/i forum - Repository Universitas Islam Riau, accessed June 18, 2025, https://repository.uir.ac.id/12148/1/179110249.pdf

4. KANG DEDI MULYADI CHANNEL - YouTube, accessed June 18, 2025, https://www.youtube.com/channel/UCopjJE-RzBmv4MID-E1Oiyg

5. Tim Konten Kang Dedi Mulyadi - TikTok, accessed June 18, 2025, https://www.tiktok.com/id/trending/detail/tim-konten-kang-dedi-mulyadi

6. Komunikasi Politik Dedi Mulyadi dalam Meningkatkan Personal Branding melalui YouTube Channel Pribadi @Kang Dedi Mulyadi Muhammad Ibnu Afandi -2001026051 (KPI-B4) - ResearchGate, accessed June 18, 2025, https://www.researchgate.net/publication/360261668_Komunikasi_Politik_Dedi_Mulyadi_dalam_Meningkatkan_Personal_Branding_melalui_YouTube_Channel_Pribadi_Kang_Dedi_Mulyadi_Muhammad_Ibnu_Afandi_-2001026051_KPI-B4

7. Seru! Dedi Mulyadi Vs Taipan Tomy Winata Adu Balap Lari Naik Tangga di Cianjur Selatan, accessed June 18, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=IsLtTKq0HO4

8. (PDF) New Social Media dan Imagologi Politik Analisis Framing ..., accessed June 18, 2025, https://www.researchgate.net/publication/370405796_New_Social_Media_dan_Imagologi_Politik_Analisis_Framing_terhadp_Konten_Politik_pada_Kanal_Youtube_Dedi_Mulyadi_Periode_2021

9. [FULL] Gubernur Dedi Mulyadi Ungkap Kegelisahan di DPR hingga Singgung BUMD Diisi Tim Sukses - YouTube, accessed June 18, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=yjMq_VX7Jyk

10. DRAMATURGI PADA FILM YOU'VE GOT MAIL, accessed June 18, 2025, https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/download/4522/2780/20015

11. “TEORI DIRI” SEBUAH TAFSIR MAKNA SIMBOLIK - Neliti, accessed June 18, 2025, https://media.neliti.com/media/publications/147762-ID-teori-diri-sebuah-tafsir-makna-simbolik.pdf

12. KDM TAK TAHAN TUMPUKKAN SAMPAH DI SUNGAI MARGAHAYU - YouTube, accessed June 18, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=SeVroIoCfaA

13. Media Sosial Youtube Sebagai Sarana Personal Branding Dedi Mulyadi - ResearchGate, accessed June 18, 2025, https://www.researchgate.net/publication/362439572_Media_Sosial_Youtube_Sebagai_Sarana_Personal_Branding_Dedi_Mulyadi

14. Dedi Mulyadi dan Pramono Duduk Semeja, Sungai Jabar "Ancam" Jakarta - YouTube, accessed June 18, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=lDt5DsxR5-g

15. Menilik Taktik Demul Menarik Perhatian Publik di Media Sosial, accessed June 18, 2025, https://tirto.id/taktik-demul-kerek-popularitas-lewat-konten-dan-kebijakan-hbr7

16. Bupati Pangandaran Curhat ke Dedi Mulyadi Akui Tak Mampu Bayar Gaji Pegawai | OneNews Update - YouTube, accessed June 18, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=cLO4g8T0Eig

17. SHOCKING! THIS NETIZEN GIVES A HARD SLAPPING TO DEDI MULYADI OVER HIS POLICY - YouTube, accessed June 18, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=qFQitHUuVqY

18. Digital Populism - ECPS, accessed June 18, 2025, https://www.populismstudies.org/Vocabulary/digital-populism/

19. Dinamika Populisme di Era Digital: Pengaruh Media Sosial Terhadap Pemikiran Politik Masyarakat - Jurnal Indra Institute, accessed June 18, 2025, https://ejournal.indrainstitute.id/index.php/jec/article/download/827/360/2413

20. 11 May 2025 AperTO - Archivio Istituzionale Open ... - IRIS-AperTO, accessed June 18, 2025, https://iris.unito.it/bitstream/2318/1828781/1/Digital%20Populism_preprint.pdf

21. Dicap Gubernur Konten, Ini Alasan Dedi Mulyadi Aktif Di Media

Sosial | tempo.co, accessed June 18, 2025,
https://www.tempo.co/politik/dicap-gubernur-konten-ini-alasan-dedi-mulyadi-aktif-di-media-sosial-1484004

22. POLITEIA: Jurnal Ilmu Politik Mencermati Populisme Prabowo Sebagai Bentuk Gaya Diskursif Saat Kampanye Politik Pada Pemilihan - Universitas Sumatera utara, accessed June 18, 2025,
https://talenta.usu.ac.id/politeia/article/download/3170/2499/10573

23. performative politics and digital populism in indonesia - ResearchGate, accessed June 18, 2025,
https://www.researchgate.net/publication/368849929_PERFORMATIVE_POLITICS_AND_DIGITAL_POPULISM_IN_INDONESIA

24. DEDI MULYADI CEMBERUT Seusai Bupati Bandung Tolak Program Barak, Buat Tiga Program Tandingan - YouTube, accessed June 18, 2025,
https://www.youtube.com/watch?v=3lSZRgaUWtc

25. Komentar Menohok Dedi Mulyadi, Visinya Disebut Dangkal: Kita ..., accessed June 18, 2025,
https://www.youtube.com/watch?v=EUNrZQqHg_I

26. Netizen's Reaction Dedi Mulyadi Says It's Only Been 100 Days and ..., accessed June 18, 2025,
https://www.youtube.com/watch?v=9bczAoTB5NU

27. Dedi Mulyadi Tantang KPAI Ambil Peran hingga Isi Kritik soal Barak Militer - YouTube, accessed June 18, 2025,
https://www.youtube.com/watch?v=d3Te4T5abjY

28. Beragam Kritik terhadap Barak Militer Anak Nakal Ala Dedi Mulyadi | tempo.co, accessed June 18, 2025,
https://www.tempo.co/politik/beragam-kritik-terhadap-barak-militer-ana

k-nakal-ala-dedi-mulyadi--1364356

29. INTERAKSI DAN HUBUNGAN PARASOSIAL DALAM AKUN MEDIA ..., accessed June 18, 2025, https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communicology/article/download/2671/2121/4221

30. BAB II LANDASAN TEORI 2.1 Landasan Teori Interaksi Parasosial Horton dan Wohl pertama kali mengungkapkan istilah parasosial pada, accessed June 18, 2025, http://etheses.iainkediri.ac.id/7574/3/933414517_bab2.pdf

31. 8 BAB II LANDASAN TEORI 2.1 HUBUNGAN PARASOSIAL 2.1.1 Definisi Hubungan Parasosial Stever (2013) mendeskripsikan hubungan paraso - Repository - UPI, accessed June 18, 2025, http://repository.upi.edu/125734/3/S_PSI_1904629_Chapter2.pdf

32. Hubungan Parasosial Pada Era Media Sosial – Himpunan Mahasiswa Psikologi, accessed June 18, 2025, https://student-activity.binus.ac.id/himpsiko/2022/06/hubungan-parasosial-pada-era-media-sosial/

33. Hubungan Parasosial di Media Sosial (Studi pada Fandom Army di Twitter) - Universitas Pancasila Journal, accessed June 18, 2025, https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/coverage/article/download/582/327/

34. Kebijakannya Banjir Kritik, Ini Tanggapan Dedi Mulyadi - [Top News] - YouTube, accessed June 18, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=zAQaC3WIAXs

35. NETIZEN REACTION NOT WANT TO IMITATE DEDI MULYADI, JAKARTA CHOOSES NAUGHTY STUDENTS BY PROVIDING - YouTube,

accessed June 18, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=UNCJae4ExzY

36. Denny Cagur Diserbu Netizen Usai Kritik Dedi Mulyadi Soal Barak Militer, Ikuti Jejak Ono Surono? - Tribunjabar.id, accessed June 18, 2025, https://jabar.tribunnews.com/2025/06/02/denny-cagur-diserbu-netizen-usai-kritik-dedi-mulyadi-soal-barak-militer-ikuti-jejak-ono-surono

37. Netizen Reactions to Dedi Mulyadi's Clarification Called King of Sunda by Tempo, Asked to Intervi... - YouTube, accessed June 18, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=FFyTaLrtwfU

38. View of Fickle focus: Distraction, affect and the production of value in ..., accessed June 18, 2025, https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/6949/5629

39. Second Wave of Attention Economics. Attention as a Universal ..., accessed June 18, 2025, https://academic.oup.com/iwc/article/37/1/18/7733851

40. KANG DEDI MULYADI CHANNEL's YouTube Statistics - Social Blade, accessed June 18, 2025, https://socialblade.com/youtube/handle/kangdedimulyadichannel

41. 'Gaji' Dedi Mulyadi dari YouTube Capai Rp342 Juta per Hari, Berapa Penghasilannya sebagai Gubernur? - TribunNews.com, accessed June 18, 2025, https://www.tribunnews.com/regional/2025/05/22/gaji-dedi-mulyadi-dari-youtube-capai-rp342-juta-per-hari-berapa-penghasilannya-sebagai-gubernur

42. Raup Rp 342 Juta Per Hari,Penghasilan Dedi Mulyadi dari YouTube Lebih Besar Ketimbang Gaji Gubernur, accessed June 18, 2025,

https://www.youtube.com/watch?v=CThiDTANonk

43. Gaji Dedi Mulyadi dari YouTube Jauh Lebih Besar dari Gaji Gubernur, Raup Rp 342 Juta per Hari, accessed June 18, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=i690JpwCsYI

44. Monetization of Social Media Data: A Systematic Review of Studies, Techniques of Analysis, and Strategies for Value Creation - ResearchGate, accessed June 18, 2025, https://www.researchgate.net/publication/389108214_Monetization_of_Social_Media_Data_A_Systematic_Review_of_Studies_Techniques_of_Analysis_and_Strategies_for_Value_Creation

45. Economics of Educational Content Creators on Social Media - International Journal of Communication, accessed June 18, 2025, https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/21898/4756

46. Dijuluki Gubernur Konten, Ini Unggahan Pertama Gubernur Jabar Dedi Mulyadi di YouTube, ternyata Sudah 7 Tahun Ngonten! - Bogor Jawapos, accessed June 18, 2025, https://bogor.jawapos.com/teras-bogor/2556042016/dijuluki-gubernur-konten-ini-unggahan-pertama-gubernur-jabar-dedi-mulyadi-di-youtube-ternyata-sudah-7-tahun-ngonten

47. Dedi Mulyadi Akui Pendapatan YouTube Lebihi Gaji Bupati, Ini ..., accessed June 18, 2025, https://garut.ayoindonesia.com/umum/108714924360/dedi-mulyadi-akui-pendapatan-youtube-lebihi-gaji-bupati-ini-pemanfaatan-uangnya

48. DEDI MULYADI TEGASKAN SELURUH KEGIATAN SOSIALISASINYA BUKAN PAKAI DANA NEGARA - YouTube, accessed June 18, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=1sGRzdQocZw

49. Dedi Mulyadi Dijuluki 'Gubernur Konten', Kontroversinya Tuai Pro dan Kontra - Kompas.com, accessed June 18, 2025, https://www.kompas.com/jawa-timur/read/2025/05/05/182355788/dedi-mulyadi-dijuluki-gubernur-konten-kontroversinya-tuai-pro-dan?page=all

50. DIGITAL PERSONAL BRANDING OF SUNDANESE POLITICIANS IN INDONESIA (CASE STUDY ON DEDI MULYADI DURING THE COVID-19 PANDEMIC) - PalArch's Journals, accessed June 18, 2025, https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/download/10875/9807

51. Dedi Mulyadi: Viral Lewat Medsos, Ramai Imbas Kebijakan - Tirto.id, accessed June 18, 2025, https://tirto.id/dedi-mulyadi-viral-lewat-medsos-ramai-imbas-kebijakan-hc64

52. Dedi Mulyadi Gubernur 'Konten', Apa Pendapat Netizen? - YouTube, accessed June 18, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=EeSIGKT9eag

53. analisis sentimen komentar youtube terhadap Anies Baswedan sebagai bakal calon presiden 2024 menggunakan metode naive bayes classifier - Repository UIN Suska, accessed June 18, 2025, http://repository.uin-suska.ac.id/72414/1/CHELY%20AULIA%20MISRUN.pdf

54. Bahaya Populisme Dedi Mulyadi | Opini Tempo - YouTube, accessed June 18, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=8xVIJTwmvA8

55. Populisme Kebijakan Gubernur Jawa Barat Dedi Mulyadi | Bocor Alus Politik - YouTube, accessed June 18, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=E-wtQw32J-8

56. Pendidikan Barak Militer Ala Dedi Mulyadi Harus Dievaluasi, Jangan Hanya Demi Konten, accessed June 18, 2025, https://kbr.id/berita/nasional/pendidikan-barak-militer-ala-dedi-mulyadi-harus-dievaluasi-jangan-hanya-demi-konten

57. Dedi Mulyadi Dinilai Keliru Kirim Siswa Nakal ke Barak Militer, Pengamat: Siswa Bukan Butuh Barak, tapi... - KOMPAS.com, accessed June 18, 2025, https://nasional.kompas.com/read/2025/05/01/06310031/dedi-mulyadi-dinilai-keliru-kirim-siswa-nakal-ke-barak-militer-pengamat?page=all

58. 100 Hari Dedi Mulyadi di Jabar: Kontroversi hingga Gubernur Konten - CNN Indonesia, accessed June 18, 2025, https://www.cnnindonesia.com/nasional/20250602194858-32-1235687/100-hari-dedi-mulyadi-di-jabar-kontroversi-hingga-gubernur-konten

59. Reaksi Netizen Terhadap Kebijakan Rehabilitasi "ANAK NAKAL" di Barak Militer Halaman 1, accessed June 18, 2025, https://www.kompasiana.com/arifnasiruddin/681c2dd4ed64152eba1ffd72/reaksi-netizen-terhadap-kebijakan-rehabilitasi-anak-nakal-di-barak-militer

60. Analisis Perbandingan Komunikasi Politik Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto, Anies Baswedan Melalui Video "3 Bacapres - Universitas Negeri Surabaya, accessed June 18, 2025, https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/download/854/282/3026

61. 111 Youtube Sebagai Media Klarifikasi dan Pernyataan Tokoh Politik - Neliti, accessed June 18, 2025, https://media.neliti.com/media/publications/464397-none-b28e4954.pdf